

# Regionale Netzwerke im Musikland Niedersachsen

Zum Status quo der Kontaktstellen Musik



Studien Musikland Niedersachsen / 1

Eine Studie von Musikland Niedersachsen  
und dem Landesmusikrat Niedersachsen e. V.



**MUSIKLAND**  
NIEDERSACHSEN

STUDIEN MUSIKLAND NIEDERSACHSEN / 1

# **Regionale Netzwerke im Musikland Niedersachsen**

Zum Status quo der Kontaktstellen Musik

## Impressum

### Regionale Netzwerke im Musikland Niedersachsen – Zum Status quo der Kontaktstellen Musik



**Herausgeber:** Musikland Niedersachsen | Hedwigstraße 13 | 30159 Hannover  
[www.musikland-niedersachsen.de](http://www.musikland-niedersachsen.de)

**V.i.S.d.P.:** Lydia Grün (Geschäftsführung)

**Datenerhebung, -analyse, Redaktion:** Julian Aubke  
[aubke@musikland-niedersachsen.de](mailto:aubke@musikland-niedersachsen.de)

**Gestaltung:** KOCCOC.NET GmbH

**Auflage:** 250

**Stand:** Hannover, Oktober 2011

Musikland Niedersachsen steht für eine moderne, vielfältige Musikkultur.  
Die Geschäftsstelle ist Koordinations- und Servicepunkt für Musikveranstalter  
in Niedersachsen.

Träger von Musikland Niedersachsen ist die Stiftung Niedersachsen. Förderer sind  
die Niedersächsische Sparkassenstiftung und das Land Niedersachsen.



Stiftung  
Niedersachsen



Niedersächsisches Ministerium  
für Wissenschaft und Kultur

 Niedersächsische  
Sparkassenstiftung



## INHALT

<b>1. Executive Summary</b>	4
<b>2. Einleitung</b>	6
<b>3. Status quo</b>	9
<b>4. Ergebnisse der Befragung</b>	12
4.1 Inhaltliche Schwerpunkte	12
4.2 Vernetzung	18
4.3 Struktur: Idee – Umsetzung – Finanzierung	22
4.4 Gestern, heute, morgen: Bewertung der Vergangenheit – Lehren für die Zukunft	24
<b>5. Diskussion</b>	26
<b>Anhang</b>	32
Anlage 1: Fragebogen	32
Anlage 2: Adressen der Kontaktstellen	41

## 1. EXECUTIVE SUMMARY

Die Kontaktstellen Musik sind ein Kooperations- und Vernetzungsmodell in der niedersächsischen Laienmusik. Mit ihrer Arbeit tragen sie zur kulturellen Identität in den Regionen des Musiklandes Niedersachsen bei.

- Insgesamt existieren in Niedersachsen 31 Kontaktstellen, von denen 30 an der Befragung teilnahmen. Davon sind 19 im Jahr 2011 in der Kulturarbeit aktiv.
- Trotz der intendierten flächendeckenden Versorgung gibt es 18 Landkreise ohne Programmangebot durch Kontaktstellen. Weiße Flecken befinden sich vor allem an der Nordseeküste.
- Erfolgsfaktoren für eine kontinuierliche und erfolgreiche Arbeit einer Kontaktstelle sind die vertrauensvolle Zusammenarbeit und die Verlässlichkeit der Netzwerkpartner sowie die Entwicklung von förderwürdigen Projekten, mit denen eine breite Mittelakquise möglich ist.
- Die Umstellung der Finanzierungsstruktur von der Anschubfinanzierung des Landes Niedersachsen hin zur Projektförderung durch die Landschaftsverbände führte 2010 zu einer Zäsur in der Arbeitsweise aller Kontaktstellen. Anstelle eines „sicheren“ Kontaktstellen-Budgets befinden sich die Kontaktstellen als Antragsteller um Projektmittel im direkten Wettbewerb mit anderen Disziplinen. Der vielfache Wunsch nach einer Sockelfinanzierung soll langfristige Planungssicherheit gewährleisten. Inwiefern sich die finanzielle Problematik auf die Projekte und das musikalische Angebot der Stellen auswirkt, steht im Fokus der Untersuchung.
- Häufig wird aufgrund der Personalunion von Musikschulleitung und Kontaktstellenvorsitz (89 %) nicht trennscharf zwischen Angeboten der Musikschule und solchen der Kontaktstelle

unterschieden. Das spiegelt sich insofern wider, als in jedem vierten Fall die Musikschule die Mittelakquise betreibt und die (ehrenamtliche) Organisation des Netzwerks übernimmt.

- Häufigste Zielgruppe der Arbeit der Kontaktstellen sind – bedingt durch die Kernklientel in Schulen und Musikschulen – Kinder und Jugendliche. Dem demografischen Wandel wird bislang noch nicht durch eine nennenswerte Ausweitung der Angebote auf Senioren begegnet, um diesen beispielsweise den Wiedereinstieg ins aktive Musizieren zu ermöglichen.
- Musikbezogene Vereinsstrukturen werden vor Ort aufgegriffen und eingebunden. Ein unverwechselbares, regionalspezifisches Programm entsteht jedoch nicht.
- Das Kinderchorfestival „Kleine Leute – bunte Lieder“ ist das am erfolgreichsten eingeschätzte Projekt. Eine regionale Zusammenarbeit wurde flächendeckend erreicht. Im Frühjahr 2012 findet eine Neuauflage statt.
- Die Gründung der Kontaktstellen hat vielerorts als positiver Impuls gewirkt, um sich miteinander zu vernetzen. Die Fortführung des Kontaktstellen-Gedankens erfolgt heute in individueller Intensität. Jedoch können sich auch Kontaktstellen mit ruhender Arbeit auf ein gewachsenes und variabel einsetzbares Netzwerk stützen.
- Mit der Kontaktstelle Musik Region Braunschweig wurde eine überregionale Institution geschaffen, die mehrere Landkreise und Städte miteinander vernetzt und den Austausch untereinander weiter forciert. Das im November 2009 gestartete Modellprojekt ist als Serviceeinrichtung bestrebt, regional übergreifende Veranstaltungen zu koordinieren.

## 2. EINLEITUNG

„Sehr verschiedene, auf überregionalen wie regionalen Traditionen beruhende Musikformen zählen ohne Zweifel zum Grundbestand von kulturellen Identitäten. Oder vorsichtiger gesagt: Sie werden – gern mit rückwärtsgewandtem Blick – zum entscheidenden Merkmal von gegenwärtiger kultureller Identität in einer Region oder Nation erhoben.“<sup>1</sup>

Mit diesen Worten beschreibt der Musikwissenschaftler Helmut Rösing die Bedeutung des Musikmachens für die „kulturelle Identität“ einer Region. Gemeint ist damit genau das, was mit dem Prinzip der Kontaktstellen Musik vorangetrieben wird:

- regionale Besonderheiten aufnehmen,
- Institutionen vor Ort miteinander bekannt machen,
- musikalische Bildung auf vielfältige Weise befördern
- und vor allem: gemeinsam zu musizieren.

Die Kontaktstellen Musik in Niedersachsen machen durch ihren Netzwerk-Ansatz vor Ort Synergien schnell und pragmatisch nutzbar sowie (Verwaltungs-)Strukturen einem größeren Umfeld zugänglich. Meist begrenzt auf einen Landkreis, seltener auf eine Kommune, nahmen 2002 in der Gründungsphase die ersten fünf Kontaktstellen ihre Arbeit auf. So konnten die Partner in den jeweiligen Mikro-netzwerken ihre „regionalen Traditionen“ miteinander statt bislang unabhängig voneinander praktizieren.

---

1 Helmut Rösing: „Populäre Musik und kulturelle Identität. 8 Thesen zur Pflege globaler und regionaler Musiklandschaften“, in: Deutscher Musikrat (Hg.): *Musikforum* 04/2004, Seite 32 – 36, hier: Seite 32.

## Was ist eine Kontaktstelle?

Bei dem Programm „Kontaktstelle Musik“ kommen mindestens drei Partner zusammen – meist Musikschulen, allgemeinbildende Schulen, Ensembles und Musikverbände. Generell steht die Kontaktstelle Musik allen Musikschaaffenden offen, die sich einbringen möchten. Damit ist regionale Vielfalt gewährleistet. Ziel ist die

Vernetzung der Akteure untereinander, um gemeinsam attraktive musikalische Angebote zu entwickeln und durchzuführen. Die Kontaktstellen Musik fördern damit die aktive Musikkultur in Musikschulen, instrumentaler und vokaler Laienmusik, Kirchenmusik, Jazz- und Rockinitiativen sowie der freien Szene.

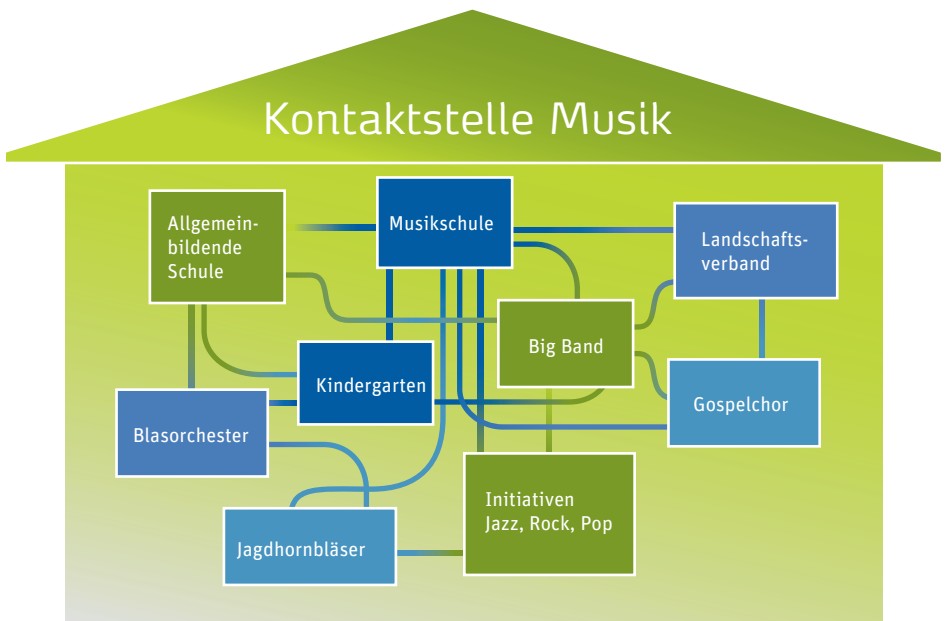


Abbildung 1: Beispiel eines Kontaktstellen-Netzwerks

Seit dem flächendeckenden Aufbau der Kontaktstellen Musik durch den Landesmusikrat Niedersachsen sind zehn Jahre vergangen. Nach einer ersten Bestandsaufnahme im Jahr 2006 wird nun die Situation zum „runden Geburtstag“ analysiert.<sup>2</sup>

Grundlage der Studie ist eine Befragung aller Kontaktstellen in Niedersachsen mit dem Ziel, anhand fundierten Datenmaterials ein aktuelles Bild zur derzeitigen Situation und musikalischen Arbeit zu erhalten. Damit kann die qualitative Arbeit und die Rolle der Kontaktstellen Musik für die regionale Kultur eingeschätzt werden.

Die Befragung wurde im Zeitraum von Juli bis September 2011 in Form qualitativer Leitfadeninterviews telefonisch oder im persönlichen Gespräch durchgeführt.<sup>3</sup> Thematisch wurden alle Facetten der Projektarbeit berücksichtigt:

- Welche inhaltlichen Schwerpunkte werden für welche Zielgruppen gesetzt?
- Wie sieht die Zusammenarbeit zwischen den Kooperationspartnern konkret aus?
- Mit welchen finanziellen Mitteln werden die Projekte realisiert?
- Wie zufrieden sind die Macher mit der derzeitigen Situation und welche Erwartungen gibt es für die Zukunft?

Derzeit existieren 31 Kontaktstellen. Da bis auf eine Ausnahme alle Repräsentanten Auskunft über die derzeitige Situation gaben, lässt sich der Status quo der regionalen Musiknetzwerke der Kontaktstellen allgemeingültig abbilden.<sup>4</sup>

---

2 Vgl.: Landesmusikrat Niedersachsen (Hg.): *Kontaktstellen Musik im Landesmusikrat Niedersachsen. Eine Bestandsaufnahme nach fünf Jahren* (=IfMpF-Forschungsbericht 19), Hannover 2006.

3 Der vollständige Fragebogen ist im Anhang zu finden (siehe Anlage 1).

4 Da allerdings bei einigen Kontaktstellen die Kooperationsarbeit zum Zeitpunkt der Befragung ruhte und nicht alle Fragen beantwortet werden konnten, ist die jeweilige Datenmasse von Kategorie zu Kategorie verschieden.

### 3. STATUS QUO

In Niedersachsen gibt es derzeit 31 Kontaktstellen Musik.<sup>5</sup> Die „Gründungswelle“ setzt 2003 ein, als 17 Kontaktstellen durch die gleichnamige Fachkommission des Landesmusikrates Niedersachsen anerkannt wurden. Zu einem relativen Zuwachs kommt es 2005 mit einem Sprung von 20 auf 26 Kontaktstellen.

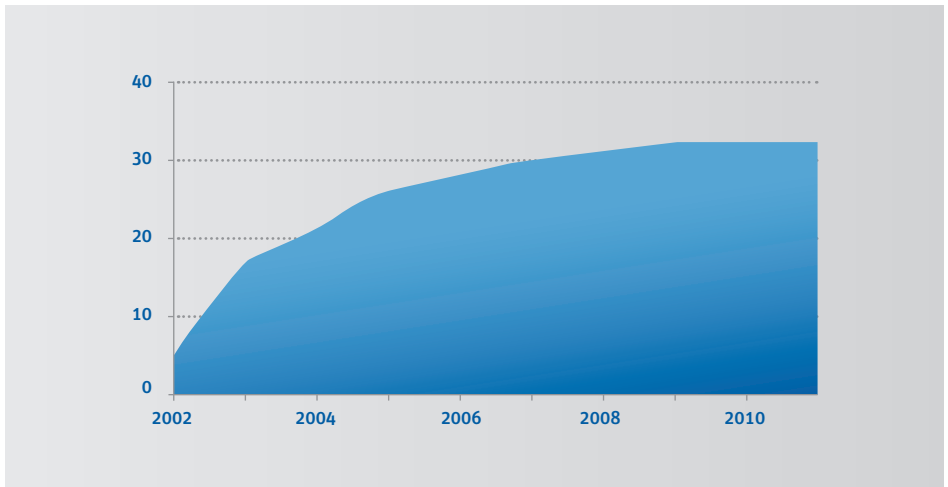


Abbildung 2: Die Zahl der Gründungen der Kontaktstellen Musik

Die Kontaktstellen Musik befinden sich überwiegend in Trägerschaft der kommunalen Musikschule (89%). Die deutliche Minderheit ist dagegen als Verein organisiert.

Die meisten Kontaktstellen (19 bzw. 61%) sind heute aktiv und halten Angebote in der regionalen Kulturlandschaft vor. Bei den übrigen Kontaktstellen ruht (vorübergehend) die Arbeit.<sup>6</sup>

<sup>5</sup> Zu beachten ist, dass die Landkreise Emsland und Grafschaft Bentheim als eine Kontaktstelle Musik agieren.

<sup>6</sup> Unter der Annahme, dass auch in der nicht erreichten Kontaktstelle die Arbeit ruht.

Wichtig war für alle Kontaktstellen der Gründungsimpuls, der sich für die erste Kontaktaufnahme mit den Kooperationspartnern als hilfreich erwies. Nach und nach verselbstständigten sich diese Beziehungen jedoch. Oft wird heute, gerade wenn eine Kontaktstelle in der Trägerschaft einer Musikschule liegt, bei Folgeprojekten nicht mehr unterschieden, unter welchem Titel ein Vorhaben vorangetrieben wird. Eine ruhende Kontaktstelle sei insofern kein Indikator für eine insuffiziente Kulturarbeit, bemerkt ein Interviewpartner zur unterschiedlichen Intensität der Kontaktstellenarbeit.

Auffällig ist, dass es in insgesamt 18 Landkreisen Niedersachsens keine Kontaktstellen-Strukturen gibt (siehe Abbildung 3). Dies betrifft vor allem die Küste, aber auch Großstädte wie Oldenburg, Göttingen und Wolfsburg.<sup>7</sup>

*Vor diesem Hintergrund gilt es zu eruieren, ob das Kontaktstellen-Modell nach wie vor ein geeignetes Modell ist, um die regionale Kulturarbeit voranzutreiben oder ob der eigentliche Zweck mit dem bloßen Anstoß zur Vernetzung bereits erfüllt worden ist.*

---

<sup>7</sup> Wolfsburg und auch Salzgitter sind allerdings in der Kontaktstelle Musik Region Braunschweig involviert und können daher in überregionaler Form am Modell partizipieren (siehe Abschnitt 5).



Abbildung 3: Verteilung der Kontaktstellen Musik in den Landkreisen und Städten Niedersachsens

## 4. ERGEBNISSE DER BEFRAGUNG

### 4.1 INHALTLICHE SCHWERPUNKTE

Als Ziele, die von den Kontaktstellen benannt werden, dominieren vier Aspekte: (1) Netzwerkarbeit und (2) kulturelle Teilhabe erhalten annähernd gleich viele Nennungen wie der Anspruch, (3) einen Beitrag zur musikalisch-kulturellen Grundversorgung zu leisten und damit (4) übergreifend kulturpolitische Ziele zu verfolgen. Auffällig ist dagegen, dass weder Begabtenförderung noch die Ermöglichung des Wiedereinstiegs für Senioren als repräsentative Anliegen formuliert werden. Die Breitenförderung ist damit primäres Ziel in der Arbeit der Kontaktstellen.

Die meisten Kontaktstellen (88 %) benennen für ihre Arbeit einen inhaltlichen Schwerpunkt.<sup>8</sup> Hauptziel ist der sehr universelle Anspruch, mit der Kontaktstelle die allgemeine Stärkung kultureller Arbeit anzuregen. Zentraler Bestandteil sind Angebote für Kinder und Jugendliche sowie der Aus- und Aufbau von Chören und Ensembles. Das Resultat der intensiven Arbeit wird schließlich oft in Form von Schulkooperationsprojekten und Konzerten dargeboten.

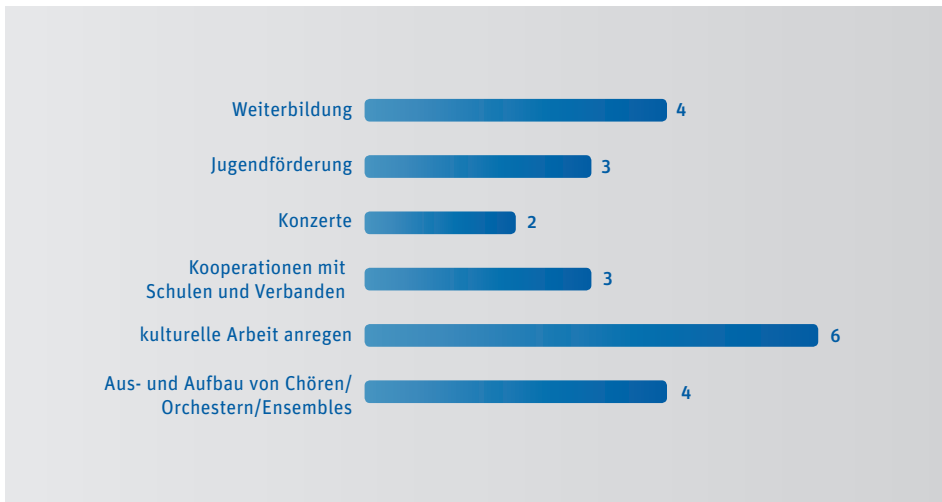


Abbildung 4: Inhaltliche Schwerpunkte (Cluster der offenen Frage, Anzahl der Nennungen)

Ein entwickeltes und schriftlich fixiertes Leitbild gibt es dagegen erst bei vier Kontaktstellen.<sup>9</sup> Diese spiegeln ähnliche Zielsetzungen und inhaltliche Schwerpunkte wider.

Dass vor allem Kinder und Jugendliche im Fokus der Arbeit der Kontaktstellen stehen, macht sich auch bei den erreichten Zielgruppen bemerkbar. Über die Hälfte des Angebotsportfolios aller Kontaktstellen richtet sich an die Unter-20-Jährigen. Lediglich für fünf Kontaktstellen gehören Kinder und Jugendliche nicht zur Kernzielgruppe. Ein Viertel der Angebote wendet sich an die altersmäßig große Gruppe der Erwachsenen (21–59 Jahre). Auch für Senioren gibt es ein Angebot zum Mitmachen (10 %).

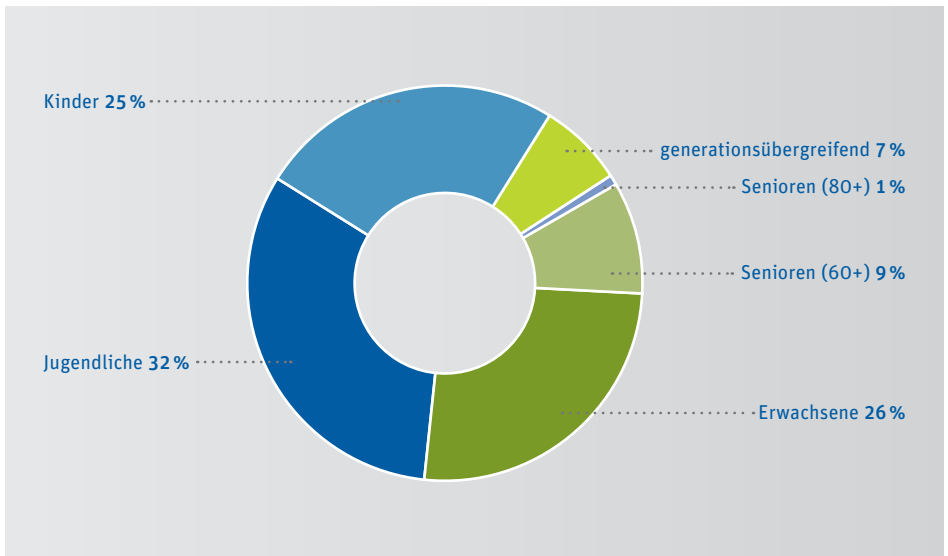


Abbildung 5: Zielgruppen nach Altersstruktur (Mittelwerte des Gesamtportfolios)

<sup>8</sup> Im Vergleich zur Studie 2006 bedeutet das einen Rückgang um ein Drittel. Damals gaben 55 % einen Schwerpunkt an, angeführt von „Arbeit mit Kindern“ und „Nachwuchsförderung“.

<sup>9</sup> Das ist der Fall in Hildesheim, Goslar, Soltau-Fallingb. und Springe.

Betrachtet man die altersspezifische Aufteilung der Zielgruppen, so ergeben sich vor allem zwei wesentliche Problemfelder:

- Zwei Drittel der Kontaktstellen benennen negative Folgen des demografischen Wandels. Vor allem die zurückgehende Bereitschaft zu ehrenamtlicher Mitarbeit wird auf die Überalterung zurückgeführt. Von geringerer Bedeutung ist das Problem dagegen im ländlichen Raum.
- Im Zusammenhang mit der Ganztagschule ergeben sich zudem Schwierigkeiten mit einer regelmäßigen Teilnahme und einem veränderten Anteil an Kindern und Jugendlichen. Dies ist mittelfristig ein gravierendes Problem. Schließlich handelt es sich hier mit über 50 Prozent um die Kernzielgruppe der Kontaktstellen.

Eine zielgruppenspezifische Konzeption der Angebote, die sich nicht auf bestimmte Altersgruppen, sondern auf die verschiedenen Formen von kultureller Teilhabe bezieht, geschieht nicht flächendeckend:

- Bei der Konzipierung der Angebote wird in der Regel nicht zwischen Inländern und Menschen mit Migrationshintergrund unterschieden; wenn überhaupt gestaltet sich das Angebot meist als Integrationsprojekt in sozial schwachen Gebieten.
- Ebenso wenig wird zwischen kulturaffinen und -fernen Personen differenziert.
- Ein inklusiver Ansatz oder dezidierte Angebote für Menschen mit Behinderung werden in der Regel nicht verfolgt.

Die Kontaktstellen wenden sich nicht offensiv an verschiedene gesellschaftliche Gruppen. Ein übergreifendes Konzept, um kulturelle Teilhabe gezielt zu ermöglichen, wird nicht explizit verfolgt, sondern ggf. individuell aufgegriffen. Die Kontaktstellen setzen damit vor

allem auf eine hohe Eigenmotivation zum Musizieren: Sie sind offen für all diejenigen, die sich musizieren wollen, verfolgen jedoch landesweit keinen gemeinsamen kulturellen Auftrag einer breiten kulturellen Teilhabe.

*Die kulturpolitische Zielsetzung und Angebotsstruktur müssen sich für eine höhere Wirksamkeit aufeinander beziehen.*

Das Angebot der Kontaktstellen besteht größtenteils aus Workshops (27 % des Gesamtportfolios). Einen hohen Stellenwert haben Weiterbildungsangebote (21 %), Musikvermittlungsprojekte (20 %) und Konzerte (14 %). Die Tatsache, dass sich der hohe Weiterbildungsanteil auf nur elf Regionen verteilt (Konzertangebote dagegen auf 14), zeigt den dort präferierten Stellenwert. Insgesamt ist das Angebot der Kontaktstellen inhaltlich breitgefächert. Eine klar monothematische Ausrichtung erfolgt nur in zwei Fällen.

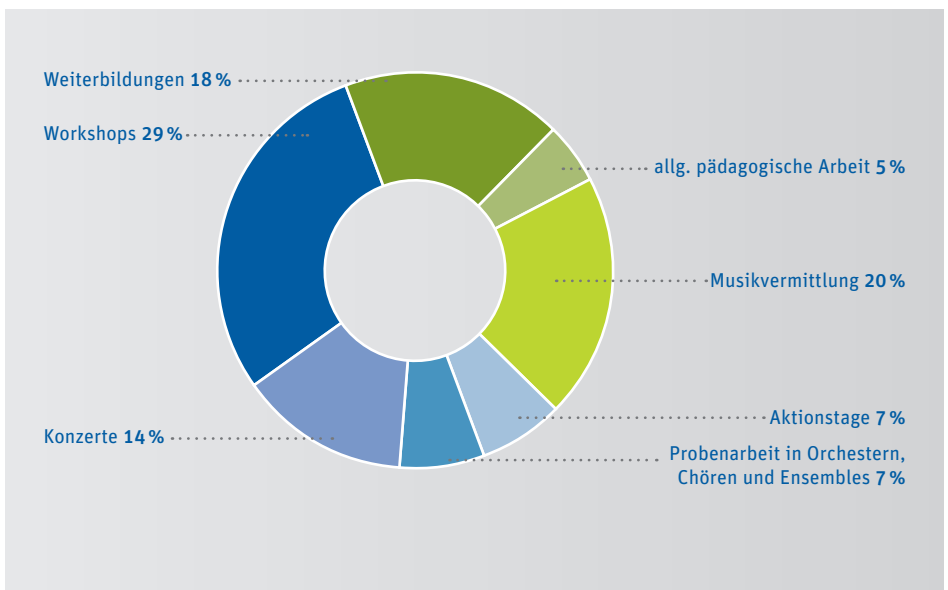


Abbildung 6: Angebotsstruktur der Kontaktstellen (Durchschnittswerte des Portfolios)

Die Projekte werden von zehn Kontaktstellen als typisch für die jeweilige Region betrachtet. Das bedeutet in der Regel, dass eine vor Ort gewachsene Vereinstradition, wie zum Beispiel eine starke Blasmusikszene, aufgegriffen und als regional charakteristisch in die Arbeit eingebunden wird. Explizit geografisch-musikalische Traditionen werden dagegen nicht ausdrücklich und regelmäßig gepflegt.

Betrachtet man die Intensität der Projektarbeit, so zeigt sich beim Blick auf alle Kontaktstellen, dass bei zwölf Einrichtungen im Jahr 2011 keine Projekte realisiert wurden und bei weiteren zwölf maximal bis zu fünf Veranstaltungen stattfanden. Je drei Kontaktstellen führten sechs bis zehn bzw. mehr als zehn Projekte durch. Diese Zahlen lassen weder Aussagen zur Güte oder Umfang der Projekte zu. So sind in die Zählung sowohl einmalige Konzertprojekte eingeflossen, als auch sich über mehrere Monate streckende Weiterbildungsveranstaltungen. Zudem kommt es zu der zuvor erwähnten Problematik, dass oftmals nicht zwischen Kontaktstellen- und Musikschulprogramm unterschieden wird, so dass die Zahlen ggf. auch eine Unschärfe aufweisen.



Nur insgesamt neun Kontaktstellen geben an, mit einem längerfristigen Projektplan – wenigstens auf Grundlage unverbindlicher Absichtserklärungen – zu arbeiten, um die langfristige Entwicklung ihrer Arbeit zu steuern. Dieser Anteil von 30 Prozent liegt deutlich unter dem Wert von 2006, als noch jede zweite Kontaktstelle diese Frage positiv beantwortete. Dies korreliert auch mit der niedrigen Anzahl von Leitbildern, über die nur vier Kontaktstellen verfügen. Einen mittel- oder langfristigen Planungshorizont verfolgen die meisten Kontaktstellen nicht.

Als Begründung für die fehlende Planung der Arbeit wird die Umstellung der Finanzierungsstruktur im Jahr 2010 hin zur Mittelakquise als jährliche Projektförderung beim jeweiligen Landschaftsverband genannt. Aus Sicht der Kontaktstellen führt die fehlende Planungssicherheit zu einer kurzfristige(re)n, nämlich jährlichen Projektplanung. Längerfristige, aufeinander aufbauende Bildungsangebote sind schwer zu realisieren, da die Projekte alljährlich beantragt werden müssen und eine Fortführung nicht garantiert werden kann.<sup>10</sup>

*Langfristig können nur solche Kontaktstellen erfolgreich arbeiten, die ein attraktives und daher förderungswürdiges Programm konzipieren, das die Zielgruppe anspricht.*

---

10 Noch 2006 hat fast jede zweite Kontaktstelle ein Mehrjahreskonzept verfolgt.

## 4.2 VERNETZUNG

Zentraler Netzwerkpartner einer Kontaktstelle ist immer eine Musikschule.<sup>11</sup> Chöre, Ensembles und Orchester sind bei 21 (von 25 Rückläufen zu dieser Frage) involviert. Es folgen allgemeinbildende Schulen, Kirchen und Verbände (19/15/13).

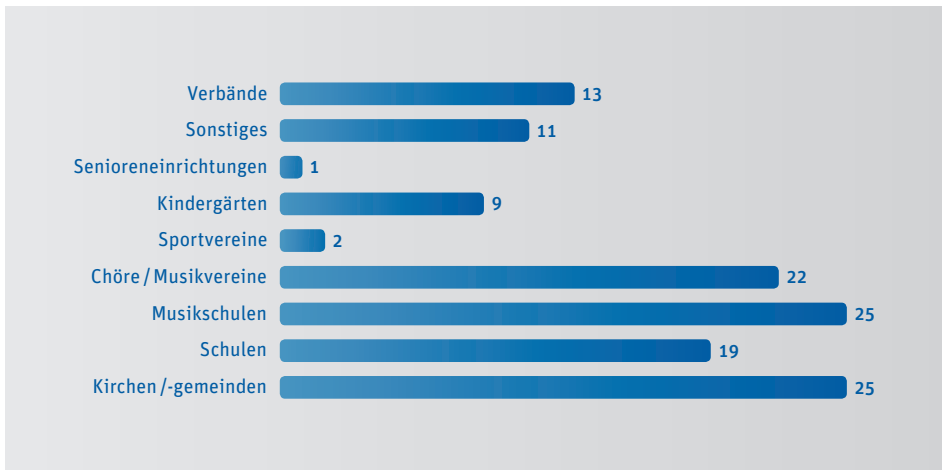


Abbildung 7: Zahl der Kontaktstellen, die angeben, mit diesen Partnern zusammenzuarbeiten

Die jeweilige Anzahl der Partner unterliegt dabei einer großen Bandbreite. Hinzu kommt die Tatsache, dass über die Musikverbände zahlreiche Ensembles als eigenständige Projektpartner vertreten sind. Eine exakte Spezifikation der Partnerschaft wird seitens der Kontaktstellen meist nicht vorgenommen. Abseits der „üblichen“ Kooperationen gibt es regionaltypische Partner, wie bspw. die Bundesakademie für kulturelle Bildung Wolfenbüttel, die Kreisjägerschaft in Cloppenburg oder die Gesellschaft für paritätische Sozialarbeit in Wilhelmshaven.

<sup>11</sup> Die Zusammenarbeit auch mit privaten Instituten ist von den Kontaktstellen nicht intendiert. Aufgrund der wirtschaftlichen Konkurrenz wird im vorhinein nicht von einer konstruktiven Zusammenarbeit ausgegangen.

Die Qualität der internen Zusammenarbeit mit den Partnern im Netzwerk wird durchschnittlich mit einem Punktwert von 3,5 bewertet.<sup>12</sup> Das entspricht einer soliden Zufriedenheit auf der Skala von eins bis fünf. Diese Perspektive ist die des befragten Kontaktstellenvorsitzenden, also in der Regel des Vertreters der Musikschule. Eine „Zweitmeinung“ wurde nicht eingeholt.

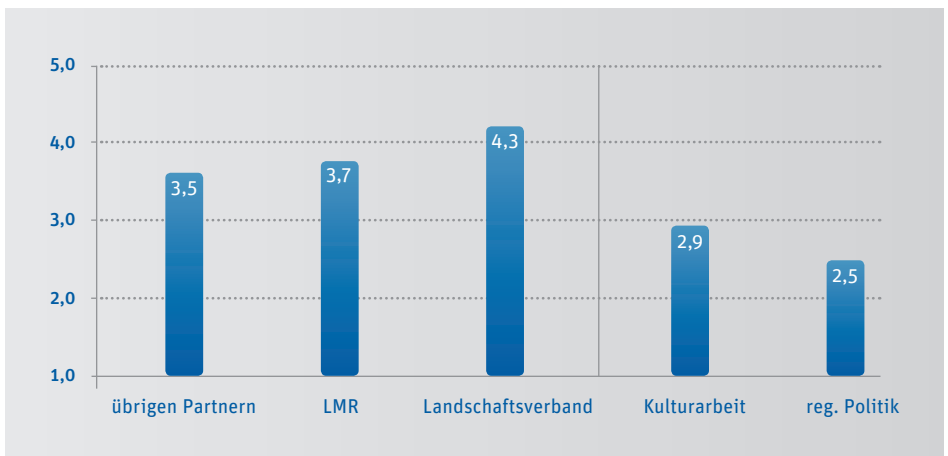


Abbildung 8: Zufriedenheit mit .../ Stellenwert für ... – Bewertung auf einer Skala von 1 (sehr unzufrieden/ sehr niedrig) bis 5 (sehr zufrieden/ sehr hoch)

Auch die Zusammenarbeit mit netzwerkexternen Partnern wie dem Landesmusikrat als Dachverband (3,7) sowie den Landschaftsverbänden als Finanziers (4,3) wird zufriedenstellend bis sehr gut bewertet. Seit dem Auslaufen der Anschubfinanzierung des Landes Niedersachsen ist der Kontakt zum Landesmusikrat stark zurückgegangen. Einen sehr guten Wert geben die Befragten den jeweiligen Landschaftsverbänden, die meist mit vier oder der besten Bewertung von fünf Punkten benotet werden. Da nur in einem Ausnahmefall die unterste Punktzahl vergeben wurde, kommt es im Mittel zu der Note 4,3.

<sup>12</sup> Grundlage ist eine Skala von 1 (sehr unzufrieden) bis 5 (sehr zufrieden).

*Der offenbar intensive und gut gepflegte Kontakt zu den Landschaftsverbänden – und damit zu den den wichtigsten Finanziers – steht im Gegensatz zur Förderquote. Diese konstruktive Verbindung kann in der Mittelakquise von Projektförderung noch intensiver genutzt werden.*

Die Bedeutung der eigenen Arbeit im regionalen Kontext aller Kulturakteure wird insgesamt eher von mittlerer Wichtigkeit eingeschätzt. Auf einer Skala von 1 bis 5 ergab sich der Mittelwert 2,9. Noch defensiver wird die eigene Rolle in der regionalen Politik betrachtet. Hier wird durchschnittlich die Note 2,5 vergeben.

Betrachtet man die Zusammenarbeit der Kontaktstellen landesweit, so ist die Intensität der Kooperation im Makronetzwerk niedrig. Die Kontaktstellenarbeit konzentriert sich auf das Kooperationsnetz vor Ort. Mit anderen Kontaktstellen im Land erfolgt ein Austausch eher selten (bei 54 %). Meist handelt es sich dann um routinemäßige Gespräche in der Funktion als Musikschulleiter oder auf den Fachtagungen des Landesmusikrates, die regelmäßig veranstaltet werden. Eher sporadisch (11 %) tauscht man sich mit den Kollegen der benachbarten Landkreise aus.

Dasselbe Bild zeigt sich im Mikronetzwerk einer Kontaktstelle in der Zusammenarbeit der Netzwerkpartner untereinander. Meist ist dem Leiter einer Kontaktstelle nicht bekannt, ob Kooperationen jenseits der Kontaktstellenarbeit stattfinden. Immerhin geben 32 Prozent an, dass es zu besonderen Anlässen zur Abstimmung unter den Partnern einer Kontaktstelle kommt. Mit anderen Kontaktstellen tut sich dagegen – wenn auch nur sporadisch – noch ein Viertel zusammen.

Dabei äußern 18 Kontaktstellen grundsätzlich den Wunsch nach mehr Kommunikation, um mehr über die Arbeit der anderen Einrichtungen zu erfahren. Als wichtigste Anliegen werden genannt:

- Best-practice-Modelle
- der Umgang mit finanziellen Mitteln
- die Einrichtung einer Ideen-Börse

Befragt nach den entscheidenden Erfolgsfaktoren eines gut funktionierenden Projekts dominiert die zielgruppengerechte Ansprache: Bei Teilnehmern und Publikum muss das Interesse geweckt werden (15 Nennungen). Darauf folgen als wichtige Faktoren eine vertrauensvolle Teamarbeit gleichauf mit einer guten Organisationsvorbereitung und -durchführung. Diese Aspekte haben dabei einen deutlichen Vorsprung noch vor der Existenz eines inhaltlichen Konzepts, wie auch einer gesicherten Finanzierung.

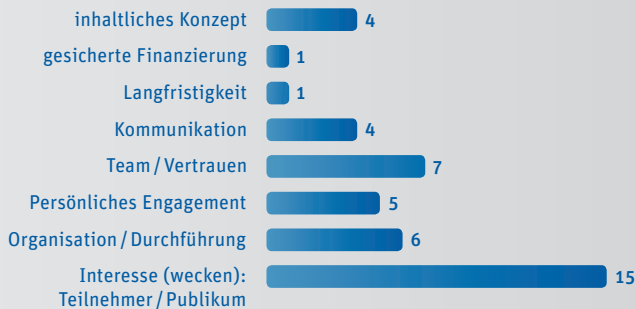


Abbildung 9: Erfolgsfaktoren (Cluster der offenen Frage, Anzahl der Nennungen)

## 4.3 STRUKTUR: IDEE – UMSETZUNG – FINANZIERUNG

Der Teamgedanke und die gute Zusammenarbeit vor Ort in der Kontaktstelle ist auch bei der Projektentwicklung entscheidend. Haben sich mehrere Partner zusammengefunden, so entstehen in nahezu jeder zweiten Kontaktstelle (13 Mal) die Ideen auf gemeinsamen Treffen. Hier wird gemeinsam entwickelt, was im nächsten Jahr stattfindet. In zehn Kontaktstellen werden vor allem individuelle Gedanken als Projektidee eingebracht. Ausnahme ist dagegen, dass nur ein Partner der Kontaktstelle Projektideen beisteuert (fünf Mal).

Im Normalfall übernimmt ein Partner – also entweder die Musikschule oder der Verein – sowohl die inhaltliche als auch die administrative Arbeit. So ist es bei 15 Kontaktstellen geregelt. Entscheidend ist, dass das Projektmanagement der Kontaktstelle im Tagesgeschäft bewältigt werden kann. Dies gestaltet sich bei einer vorhandenen Verwaltungsstruktur einfacher. In fünf Fällen wird die Projektarbeit je nach zeitlichen Möglichkeiten auf alle Partner gleichmäßig aufgeteilt. Bewusst zwischen inhaltlich-konzeptioneller und administrativer Arbeit wird in sechs Kontaktstellen getrennt, wobei dann ebenfalls die Musikschule letzteren Part übernimmt.

Seit der Umstellung der Finanzierung in die Verantwortung der regionalen Kulturförderung müssen die Kontaktstellen neue Wege der Mittelakquise finden.

Für 2011 sind daher die Landschaftsverbände die wichtigsten Geldgeber. Durchschnittlich zu 35 Prozent der jeweiligen Portfolios stellen sie Finanzierung der Projekte sicher. Etwa ein Fünftel des Budgets steuern die Kontaktstellen als Eigenmittel bei. Darüber hinaus fließen Gelder des Landkreises bzw. der Kommune (13%), Teilnehmerbeiträge (12%) und Mittel von Sponsoren (10%) in den Haushalt mit ein. Die Rubrik „Sonstiges“ enthält Rückstellungen aus dem Vorjahr und Spenden.

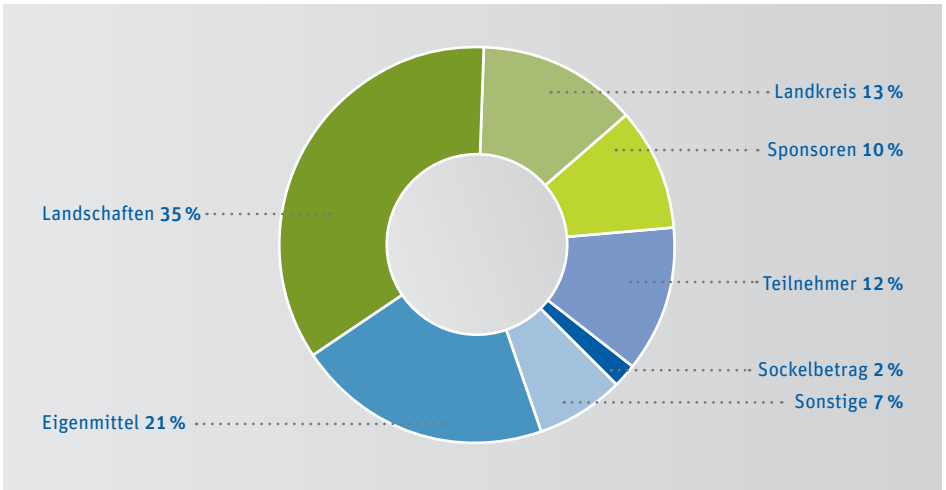


Abbildung 10: Finanzierung 2011 (Mittelwerte der jeweiligen Portfolios)

Die Kontaktstelle Emsland/Grafschaft Bentheim verfügt über eine besondere Finanzierung. Hier fungieren die Gelder der Landschaft und des Landkreises als Sockelbetrag.

Aus der Finanzierungsstruktur resultieren folgende Abhängigkeiten: Kann eine Projektförderung über den Landschaftsverband, den Landkreis oder die Kommune nicht akquiriert werden, ist es nur sehr schwer möglich, die fehlenden Gelder durch Spenden oder Eigenmittel zu kompensieren.

Betrachtet man daher die Fehlerquote bei der Mittelakquise, so fällt auf, dass insgesamt acht von 24 Projektanträgen nach Einschätzung der Kontaktstellen nicht bewilligt wurden, da eine Förderungswürdigkeit seitens der Geldgeber nicht erkannt wurde. Erst darauf erscheint Geldknappheit als (vermuteter) Absagegrund.

Die ungesicherte Finanzierung ist daher auch der häufigste Grund für die Absage eines Projekts. Auch konnten Vorhaben aufgrund zu geringer Teilnehmerzahlen nicht umgesetzt werden. Leider zeigte sich in zwei Fällen aber auch, dass man eine Idee wegen des mangelnden Kooperationswillens möglicher Partner absetzen musste.

Insgesamt stellt sich die Finanzierung und die dadurch resultierende Planungsunsicherheit als das zentrale Problem dar, dem man in der täglichen Kontaktstellenarbeit begegnet (10 Nennungen). Kritisiert wurde ferner die fehlende bzw. zu geringe Beteiligung der Netzwerkpartner (8 Mal). In der Regel wird das Projektmanagement ehrenamtlich zusätzlich zum regulären Vollzeitjob durchgeführt, was zu knappen zeitlichen Ressourcen führt (5). Als Motivationshemmnis kommt in vier Fällen die fehlende Akzeptanz der Kontaktstelle hinzu und eine unregelmäßige Teilnahme der Zielgruppe (2).

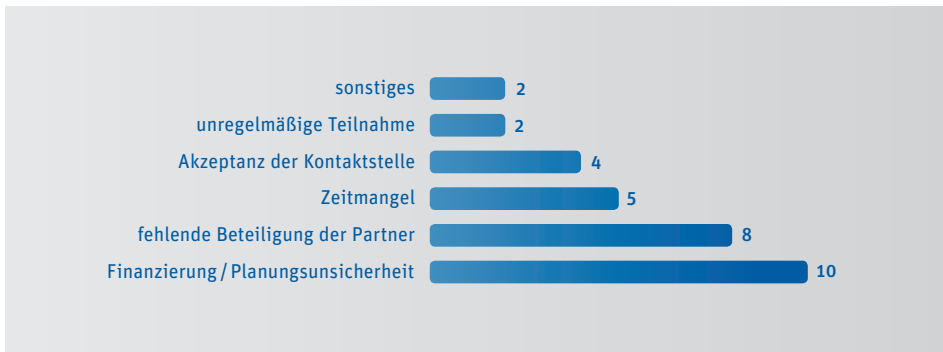


Abbildung 11: Problemfelder (Cluster der offenen Frage, Anzahl der Nennungen)

## 4.4 GESTERN, HEUTE, MORGEN: BEWERTUNG DER VERGANGENHEIT – LEHREN FÜR DIE ZUKUNFT

Die zukünftigen Erwartungen für die eigene Kontaktstelle werden positiv bis neutral gesehen (12 Nennungen). Nur drei Kontaktstellen, von denen zwei derzeit nicht aktiv sind, ordnen die Situation in Zukunft pessimistisch ein. Kritischer wird die Entwicklung der Kontaktstellen im Rückblick gesehen: Insgesamt acht Befragte werteten diese negativ gegenüber 14 Befürwortern.

Vor diesem Hintergrund sind auch die Angebote zum Austausch und zur weiteren Professionalisierung der Kontaktstellen-Struktur zu betrachten. Die Fachtagungen „Forum Kontaktstelle Musik“, die seit 2010 stattfinden, werden sehr unterschiedlich bewertet: Die einen empfinden die Fachtagung als sehr hilfreich (37 %), die anderen haben entweder bislang nicht teilgenommen (26 %) oder betrachten sie als nicht relevant (15 %). Hinzu kommen noch diejenigen, die sich zwar generell interessiert zeigen, die Inhalte aber nicht auf den Alltag übertragbar sehen (22 %). Daher verwundert es auch nicht, dass man die Fachtagung beibehalten möchte, wenngleich mit einer praxisrelevanteren Ausrichtung hinsichtlich Finanzierung und der Vorstellung von Best-Practice-Modellen. Überwiegend wird die Kopplung an die Jahreskonferenz von Musikland Niedersachsen positiv bewertet. Schwierig ist vor allem für Berufstätige die Terminierung an Werktagen.

*Die Wünsche und Bedarfe der Kontaktstellen-Macher können durch den Landesmusikrat gebündelt und in ein praxisrelevantes Angebotspaket geschnürt werden.*

Über die Fachtage hinaus wird folgender Professionalisierungs- und Weiterbildungsbedarf gesehen: Austausch mit Kollegen und inhaltlicher Input sind zwei gleichgewichtige Faktoren, die für die Kontaktstellen-Macher einen hohen Mehrwert ausmachen würden. Es dominieren vier prioritäre Themengebiete: Projektmanagement, Marketing, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Fragen rund um die Antragsstellung. Themen zu den Bereichen GEMA und Künstlersozialkasse werden in der Regel über die regulären Fortbildungen der Musikschule abgedeckt.

Zur administrativen Professionalisierung der Arbeit ergibt sich ein gemischtes Bild: Zwar misst ihr die Mehrheit (44 %) eine sehr große Rolle zu – aber auch diejenigen, die eine mittlere oder gar keine Bedeutung zusprechen, sind mit jeweils 28 Prozent vertreten. Allgemein besteht der Wunsch, Fachtage und Workshops so zu konzipieren, dass sich konkrete Hilfestellungen für das Tagesgeschäft einer Kontaktstelle ergeben. Die bisherigen Themen der Veranstaltungen wurden als zu theorielastig empfunden.

## 5. DISKUSSION

### Erfolgsfaktoren musikalischer Netzwerke

Wie bereits zu Beginn der Analyse gezeigt, hängt der Erfolg der Arbeit einer Kontaktstelle von mehreren Faktoren ab:

- An erster Stelle steht der *persönliche Einsatz* aller Protagonisten. Nur mit hohem Engagement gelingt es, kontinuierlich alle Netzwerkpartner zu motivieren. Voraussetzung ist eine hohe Bereitschaft zur Kooperation auf allen Seiten.
- Die *zeitliche Anforderung* ist ein nicht zu unterschätzender Faktor. Sowohl operative, als auch strategische und konzeptionelle Angelegenheiten erfordern hohe Ressourcen – in der Regel als ehrenamtliches Engagement.
- Als dritter wesentlicher Erfolgsfaktor ist schließlich die Akzeptanz der (potenziellen) Teilnehmer und des Publikums zu nennen. Nur durch eine *passgenaue Zielgruppenorientierung* wird die Arbeit der Kontaktstelle ausreichend wahr- und angenommen. Hoher Zulauf von Teilnehmern und Publikum bestätigt im Umkehrschluss die Kontaktstelle in ihrem eigenen Tun, wodurch sich wiederum Motivation als Bestätigung für den ehrenamtlichen Einsatz ableitet.

### Dynamik der Kontaktstellen

19 aktive Stellen in ganz Niedersachsen beweisen den positiven Charakter des Modells. An der Spitze stehen im positivsten Sinne des Wortes „Musikverrückte“, die den Mitmenschen in der Region die Freude weitergeben möchten, die sie selbst beim Machen und Hören von Musik verspüren.

Die Ergebnisse zeigen auch, dass es nicht überall eine durchgängige Aktivität der Kontaktstellen gibt. Von den zwölf Kontaktstellen, bei denen die Arbeit im Jahr 2011 ruhte, gibt es neun Fälle, in denen es kurz- und mittelfristig aus Bedarfs-, Finanzierungs- und/oder Zeitgründen keine Aktivität gab. Prinzipiell kann die Arbeit in diesen

Kontaktstellen jedoch mit dem Rückgriff auf noch vorhandene Strukturen relativ einfach wieder aufgenommen werden. Lediglich in drei Fällen ist dagegen das Netzwerk so gestört, dass es in absehbarer Zeit keinen erneuten Anlauf geben dürfte.

Das zeigt, gleich ob die Kontaktstelle sehr intensiv arbeitet oder eher inaktiv ist, dass das zentrale Moment eines funktionierenden Netzwerks die Verlässlichkeit und das Vertrauen der Akteure untereinander ist. Es muss allen Beteiligten bewusst sein, dass es sich um ein zusätzliches Angebot mit Win-Win-Charakter handelt und weniger um eine unbefriedigende Konkurrenzsituation im Buhlen um potenziell neue Mitglieder oder Kunden. Nur dann kann eine Kontaktstelle erfolgreich bestehen.

### Rechtsform

Die Kontaktstellen Musik beobachten eine geringe Akzeptanz ihrer Arbeit in der Kulturarbeit und in der regionalen Politik (2,9 bzw. 2,5 Punkte). Dies mag vielfältige Gründe haben. Fakt ist aber, dass die unscharfe Abgrenzung der Rechtsform der Kontaktstelle zur Institution Musikschule nicht dazu beiträgt, dass sich die Kontaktstelle als eigenständiger, gleichberechtigter Projekttyp in der Kulturszene etabliert. Hier muss eine transparentere Lösung für die Eigen-Präsentation gefunden werden.

### Sichtbarkeit und Marke Kontaktstelle

Die Außendarstellung und -wahrnehmung der Kontaktstellen verhält sich sehr unterschiedlich. Nur jede dritte Kontaktstelle verfügt über eine eigene Website, über die man sich über Vorhaben und die Köpfe dahinter informieren kann. Zu einer transparenten Darstellung und um mit einer Kontaktstelle in „Kontakt“ zu treten, ließe sich bei den übrigen Kontaktstellen über die Erstellung einer Internetpräsenz oder eines übergreifenden Online-Netzwerks nachdenken.

### Modell Braunschweig

Die Kontaktstelle Musik Region Braunschweig hat in Form eines Modells das Prinzip Kontaktstelle weiterentwickelt. Hier wird unter Federführung der Stadtverwaltung ein übergeordnetes Netzwerk erprobt. „Zwischen Harz und Heide klingt es gut“ – so lautet der Slogan des im November 2009 gestarteten Modellprojekts. Die Partner der inkludierten Landkreise und Städte können seitdem noch intensiver miteinander in Kontakt treten. Als Serviceeinrichtung für die Region ist man dort bestrebt, regional übergreifende Projekte zu bestärken und zu koordinieren. Somit können sich die Macher vor Ort auf kurze Wege stützen und auf ähnliche Erfahrungen aufgrund der geografischen Nähe aufbauen, wenn es im Umfeld gleiche Potenziale und Risiken gibt.

Darüber hinaus kann auf weitere Chor-, Orchester- und Bandproben verwiesen werden oder wie bei „Kleine Leute – bunte Lieder“ auf Terminalalternativen ohne größere Entfernung. Entstandene Synergien werden so noch vielfältiger nutzbar. Durch den Zusammenschluss sind nun auch mit Braunschweig, Wolfsburg, und Salzgitter solche Städte involviert, in denen sich bisher keine „regulären“ Partnerschaften gefestigt haben. Insofern ließe sich darüber nachdenken, ob sich das erfolgreiche Modellprojekt auch auf andere Regionen übertragen ließe. In Abschnitt 3 wurde bereits auf die weißen Flecken beispielsweise an der Küste hingewiesen, so dass auch hier der Erfolg im regional übergreifenden Zusammenschluss bestehen könnte.

### Zielgruppen

Hauptzielgruppen der Kontaktstellen sind nach wie vor Kinder und Jugendliche. Der demografische Wandel mit einer älter werdenden Gesellschaft wird von den wenigsten als Chance begriffen, ehemalige Aktive als neue Mitglieder zu gewinnen. Immerhin gehören Senioren noch mit elf Prozent zur Zielgruppe – wengleich der Wunsch für die Zusammenarbeit mit Senioreneinrichtungen ebenso häufig genannt wird wie die mit Jugendeinrichtungen (jeweils zwölf Mal). Die generelle Bereitschaft ist also vorhanden. Nun muss die Öffnung

auch mit Maßnahmen unterfüttert werden, damit für alle Generationen attraktive Mitmachangebote bereitgestellt werden können. Der Einbezug von Menschen mit Migrationshintergrund wird dagegen nicht vollzogen. Auch hier ist eine Öffnung in Anbetracht des gesellschaftlichen Wandels zu initiieren. Wichtig ist, zielgruppengerechte Ansprachen zu entwickeln und zu finden. Die Kontaktstellen Musik können hier als Impulsgeber in der regionalen Kulturarbeit und der Verbandsarbeit fungieren.



### „Kleine Leute – bunte Lieder“

Das landesweite Kinderchorfestival „Kleine Leute – bunte Lieder“ ist das ein Projekt, das von den Machern am häufigsten als herausragendes Einzelprojekt seit 2006 bezeichnet wurde (siehe Abbildung 12). Kinder und Jugendliche der Region konnten hier gemeinsam den Spaß an der Musik entdecken und vor Ort ihren Verwandten und Freunden vorstellen.

Der Landesmusikrat möchte mit der Initiative des Festivals dem Singen als gemeinschaftsbildendes Erlebnis wirkungsvolle Impulse geben: Es geht es in erster Linie darum, durch den spielerischen Umgang mit Stimme und Lied die Freude am gemeinsamen Singen zu demonstrieren und zur Nachahmung anzuregen. Nachdem bereits 2008 mehr als 280 Chöre mit rund 8.000 Kindern an den Regional-

festivals teilgenommen haben, findet eine Neuauflage im Frühjahr 2012 mit 24 dezentralen Veranstaltungen statt. Dabei sind die Kontaktstellen mit ihrer gut ausgebildeten Vernetzung vor Ort der ideale Partner für die Durchführung. Aus der Befragung ging hervor, dass dieses Projekt einen positiven Anklang gefunden hat.

Das Festival des Landesmusikrates kann so als Hebel wirken, um die Identität der Kontaktstellen genauer zu schärfen. Solche landesweiten Arbeitsphasen erscheinen geeignet, um die Arbeit der Kontaktstelle von der täglichen Musikschularbeit für das Publikum und die Teilnehmer noch deutlicher abzugrenzen. Dies ist eine geeignete Stellschraube, um den Kontaktstellen die zum Teil von den Befragten vermisste „Aufgabe“ und Eigenidentität zu geben.

#### Träger kultureller Identität

Die Kontaktstellen zeichnen sich durch eine hohe Präsenz im öffentlichen Raum aus, beispielsweise bei Stadtfesten (sechs Nennungen). Dort findet sich ein weiterer idealer Ort, um sowohl Ortsansässigen als auch Besuchern die Erfolge der musikalischen Kulturarbeit

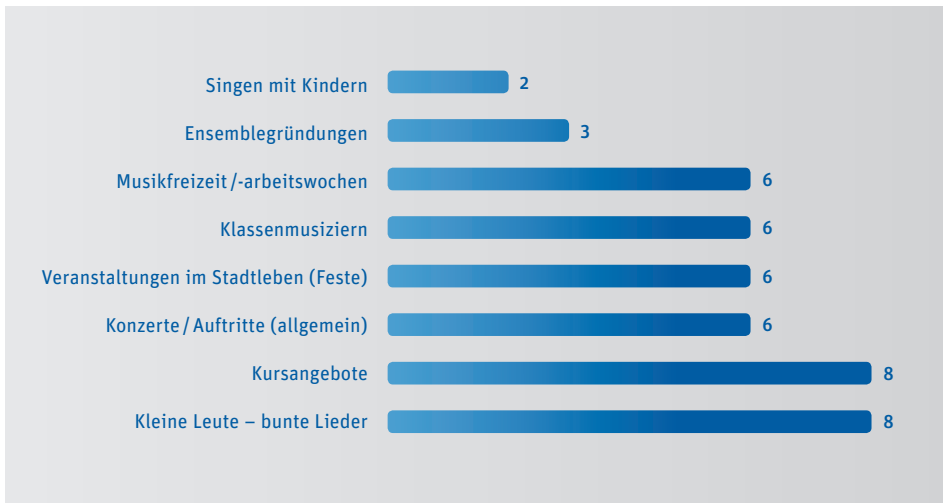


Abbildung 12: Bedeutendste Projekte seit 2006, Anzahl der Nennungen insgesamt (Clusterbildung der offenen Frage)

zu präsentieren. Insofern sind die Präsentationen – wenngleich auch nicht die Kursangebote (vgl. Abschnitt 4.1) – typisch für eine Region. Die Bedeutung für die regionale Musikkultur ist in jedem Fall ausbaufähig. Ziel muss es sein, ein stärkeres regionales Selbstbewusstsein der Kontaktstellen zu erzeugen.

### Qualitätssicherung

Generell erscheint es durchaus sinnvoll, auch ruhende Kontaktstellen weiterhin im Programm zu belassen, da sich die Abhängigkeit des Erfolgs vom persönlichen Verhältnis der Protagonisten zeigt. Wichtig ist, dass eine institutionelle Struktur, beispielsweise an einer Musikschule, gelegt wurde, damit im Moment der Reaktivierung auf ein bestehendes Modell zurückgegriffen werden kann.

Die Voraussetzungen sind, wenn die in der Befragung genannten Herausforderungen gemeistert werden, gut: Mit kreativen Köpfen, einer funktionierenden Verwaltung und musikinteressierten Teilnehmern lassen sich auch in Zukunft sämtliche Facetten der Musik in Niedersachsen präsentieren. Dabei ist ein intensiverer Austausch der Kontaktstellen untereinander, zum Beispiel mit der Vorstellung von Best practice-Modellen ein Weg, die Vernetzung und Kommunikation landesweit zu verbessern. Hierzu könnte zum Beispiel ein (Kontaktstellen-)Newsletter dienen, in dem der Landesmusikrat gebündelte Informationen verschickt, so dass auch außerhalb des jährlichen Fachforums eine lebendige Diskussion entsteht.

# ANHANG

## ANLAGE 1: FRAGEBOGEN

### 1. Basisdaten

- 1.1 Name der Kontaktstelle .....
- 1.2 Anschrift .....
- 1.3 a) Ansprechpartner .....
- 1.3 b) Funktion / Position .....
- 1.3 c) E-Mail-Adresse .....
- 1.4 Wo ist die Kontaktstelle organisatorisch angesiedelt und wer übernimmt die Geschäftsführung? .....
- 1.5 Website .....
- 1.6 Die Kontaktstelle existiert seit .....
- 1.7 Wer war an der Gründung maßgeblich beteiligt? .....

### 2. Inhaltliche Schwerpunkte

- 2.1 **Setzen Sie in Ihrer Kontaktstellenarbeit inhaltliche Schwerpunkte oder haben Sie solche gesetzt?**
  - Ja, und zwar .....
  - Nein, weil .....
- 2.2 **Haben Sie in Ihrer bisherigen Kontaktstellenarbeit ein Leitbild für Ihre Kontaktstelle entwickelt?** .....

**2.3 a) Welche Art von Projekten veranstalten Sie vornehmlich und wie gewichten Sie das quantitative Verhältnis untereinander?\***

- Konzerte (..... %)
- Workshops (..... %)
- Weiterbildung (..... %)
- Musikvermittlung (..... %)
- Aktionstage (..... %)
- Sonstiges, und zwar ..... (..... %)

**b) In welchem Bereich sind die Projekte angesiedelt?\***

- |   |  |
|---|--|
| 1 <input type="checkbox"/> Instrumental (..... %)       | 3 <input type="checkbox"/> Weltliche Musik (..... %) |
| <input type="checkbox"/> Vokal (..... %)                | <input type="checkbox"/> Kirchenmusik (..... %)      |
| <input type="checkbox"/> Verbal (..... %)               | <input type="checkbox"/> Klassenmusizieren (..... %) |
| 2 <input type="checkbox"/> Ensemble (..... %)           | 4 <input type="checkbox"/> „Ernste Musik“ (..... %)  |
| <input type="checkbox"/> Orchester/Chor (..... %)       | <input type="checkbox"/> Rock/Pop/Jazz (..... %)     |
| <input type="checkbox"/> Individuelle Gruppen (..... %) |  |

### 3. Zielgruppen

**3.1 Wer sind die Zielgruppen der Projekte?\***

- |   |  |
|---|--|
| 1 <input type="checkbox"/> Kinder (0–11) (..... %)                    | <input type="checkbox"/> Senioren (60+) (..... %)          |
| <input type="checkbox"/> Jugendliche (12–20) (..... %)                | <input type="checkbox"/> Senioren (80+) (..... %)          |
| <input type="checkbox"/> Erwachsene (21–59) (..... %)                 | <input type="checkbox"/> generationsübergreifend (..... %) |
| 2 <input type="checkbox"/> Inländer (..... %)                         |  |
| <input type="checkbox"/> Menschen mit Migrationshintergrund (..... %) |  |
| 3 <input type="checkbox"/> kulturräffine Personen (..... %)           |  |
| <input type="checkbox"/> kulturferne Personen (..... %)               |  |
| 4 <input type="checkbox"/> Menschen mit Behinderung (..... %)         |  |

\* Mehrfachnennungen möglich, z. T. mit prozentualen Gewichtungen, die in der Summe 100 ergeben

**3.2 Welche Rolle spielen interkulturelle Aspekte und Angebote für Zielgruppen mit Migrationshintergrund?**

.....  
.....  
.....

**3.3 Machen sich in Ihrer Arbeit die Auswirkungen des demographischen Wandels bemerkbar? Wenn ja, in welcher Hinsicht?\*** .....

- Veränderter Anteil an Kindern / Jugendlichen
- Einbindungen von Menschen 60+ / Wiedereinsteigern
- unregelmäßige Teilnahme an Veranstaltungen
- Veränderung der Bereitschaft zu ehrenamtlicher Mitarbeit

**4. Kontaktstellenprogramm**

**4.1 Wie entstehen vornehmlich die Projektideen Ihrer Kontaktstelle?**

- Die Ideen bringt vornehmlich ein Partner in der Kontaktstelle ein:  
.....
- individuelle Ideen
- Die Ideen werden gemeinsam entwickelt (Arbeitsgruppen, telefonische Abstimmung, gemeinsame Treffen etc.).

**4.2 Wie entwickeln Sie die Projektideen Ihrer Kontaktstelle?**

- telefonisch
- auf gemeinsamen Treffen
- spezieller Personenkreis (Arbeitsgruppe)

**4.3 Haben Sie einen längerfristigen Projektplan?**

Ja, er ist auf ..... Jahre angelegt und umfasst folgenden Ziele / Inhalte:

.....  
.....

Nein

Noch nicht, aber wir planen dies.

**4.4 a) Wie viele Projekte beantragen Sie jährlich? Wie viele werden davon realisiert?**

Von ..... beantragten Projekten wurden ..... im Jahr 2010 realisiert.

**b) Was macht den Erfolg der gut funktionierenden Projekte aus?**

.....  
.....

**c) Wie viele Projekte wurden abgesagt? Sind Ihnen Gründe bekannt?**

.....  
.....

**d) Was könnte Ihrer Meinung nach dafür ausschlaggebend sein, dass nicht alle Projekte bewilligt worden sind? .....**

.....  
.....

**4.5 Inwiefern sind die durchgeführten Projekte typisch für die Region bzw. wie nehmen sie kulturelle Begebenheiten der Region auf? .....**

.....  
.....

**4.6 Welches waren aus Ihrer Sicht die wichtigsten Projekte seit 2006? Was hat diese Bedeutung ausgemacht? (Gerne können Sie hierzu eine Übersicht als Anlage einreichen) .....**

.....  
.....

**4.7 Welche Ziele verfolgen Sie mit Ihrer Kontaktstellenarbeit?\***

- Netzwerkarbeit
- Ermöglichung von kultureller Teilhabe
- Begabtenförderung
- Nachwuchsarbeit
- Wiedereinstieg für Senioren ermöglichen
- Beitrag zur musikalischen / kulturellen Grundversorgung
- kulturpolitische Ziele
- Sonstiges: .....

**5. Kooperationspartner und Vernetzung**

**5.1 Wie viele Mitglieder / Netzwerkpartner haben Sie im Jahr 2011?**

**Aus welchen Bereichen?**

- ..... Kirchen ..... Schule ..... Musikschule ..... Chöre / Ensembles  
..... Sportvereine ..... Kindergärten ..... Senioreneinrichtungen  
..... Sonstiges .....

**5.2 Wie beurteilen Sie die Zusammenarbeit?**

- Sehr gut
- Gut
- Mittelmäßig
- Schlecht
- Sehr schlecht

**5.3 Kooperieren Ihre Partner auch untereinander?**

- Ja, oft und regelmäßig
- Ja, aber selten
- Nur zu besonderen Anlässen
- Nie

**5.4 Kooperieren Ihre Partner auch mit anderen Kontaktstellen?**

- Ja, oft und regelmäßig
- Ja, aber selten
- Nur zu besonderen Anlässen
- Nie

**5.5 Wie teilen Sie sich die Arbeit in der Kontaktstelle auf?**

- Die inhaltliche und administrative Arbeit teilen wir je nach zeitlichen Möglichkeiten auf alle Projektpartner auf.
- Wir trennen inhaltliche und administrative Arbeit auf:
  - inhaltliche Arbeit / konzeptionelle Arbeit übernimmt vornehmlich .....
  - administrative Arbeiten übernimmt .....
- Folgender Netzwerkpartner übernimmt sowohl inhaltliche als auch administrative Arbeit: .....

**5.6 Was sind aus Ihrer Sicht und Erfahrung Kriterien für eine erfolgreiche Netzwerkarbeit?** .....

.....

.....

**5.7 Welchen Problemen und Schwierigkeiten begegnen Sie in Ihrer Kontaktstellenarbeit:**

inhaltlich: .....

.....

strukturell: .....

.....

**5.8 Mit welchen Partnern würden Sie gerne stärker zusammenarbeiten?\***

- Kirchen / Kirchengemeinden
- Schulen
- Musikschulen
- Chören / Musikvereinen
- Kindergärten
- Jugendeinrichtungen
- Senioren-einrichtungen
- Einrichtungen der Kultur- und Brauchtumpflege
- Freiwilligen-agenturen
- Mehrgenerationenhäusern
- Sportvereinen
- Künstlerhäusern / -dörfern

**5.9 Welche Kommunikationswege nutzen Sie?\***

- Homepage
- Konferenzen / Tagungen
- E-Mail
- Telefonkonferenzen
- Flyer / Printmedien

**5.10 a) Erfolgt ein Austausch mit anderen Kontaktstellen?**

- Ja, oft
- Eher selten
- Nein

**b) Was wüssten Sie gerne mehr über die Arbeit und Projekte der anderen Kontaktstellen? .....**

.....

.....

.....

.....

## 6. Finanzierung

### 6.1 Mit welchen finanziellen Mitteln verwirklichen Sie 2011 Ihre Projekte?

- ..... % Eigenmittel
- ..... % Förderung durch Landschaften
- ..... % Unterstützung durch Landkreis / Kommune
- ..... % Drittmittel durch örtliche Sponsoren
- ..... % Teilnehmerbeiträge
- ..... % Sockelbetrag für die Kontaktstelle durch .....
- ..... % Sonstige: .....
- als längerfristiges Projekt im Zeitraum von ..... bis ..... mit dem Partner .....

## 7. Gegenwärtige Situation und Ausblick

### 7.1 Wie zufrieden sind Sie auf einer Skala von 1 (sehr unzufrieden) bis 5 (sehr zufrieden) mit der Kooperation mit

	1	2	3	4	5
a) den übrigen Partnern?					
b) dem Landesmusikrat Niedersachsen?					
c) dem Landschaftsverband?					

### 7.2 Welchen Stellenwert hat auf einer Skala von 1 (sehr gering) bis 5 (sehr hoch) Ihre Kontaktstelle aus Ihrer Sicht

	1	2	3	4	5
a) in der regionalen Kulturarbeit?					
b) in der regionalen Politik?					

**7.3 a) Welche Erwartungen haben Sie für die Zukunft in Bezug auf die Kontaktstelle?**

- Positive  Neutrale  Negative

**b) Wie bewerten Sie rückblickend die Entwicklung?**

- Positiv  Neutral  Negativ

**7.4 Welche Rolle spielt in Ihrer Arbeit die administrative Professionalisierung der Kontaktstellenarbeit (z.B. in der Vereinsführung etc.)?**

- Eine sehr große  Eine mittlere  Sie ist nicht von Belang

**7.5 Sehen Sie Bedarf an Workshops und Veranstaltungen zu diesem Thema?**

- Künstlersozialkasse  GEMA  Vereinsführung  
 Marketing  Projektmanagement  Antragsstellung  
 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit  
 In diesem Punkt: .....

**7.6 a) Wie beurteilen Sie die Fachtagungen des Landesmusikrates (Forum Kontaktstelle Musik)?**

- Sehr hilfreich  Interessant, aber nicht auf den Alltag übertragbar  
 Für mich nicht relevant  Ich habe bislang nicht teilgenommen

**b) Wo lag für Sie und Ihre Arbeit der Mehrwert dieser Veranstaltungen?**

- Austausch mit Kollegen  inhaltlicher Input  
 Kann ich nicht beantworten.  Hat sich für mich nicht gelohnt.  
 Sonstiges:

**c) Sollten solche Fachtagungen auch in Zukunft veranstaltet werden?**

- Ja, in dieser Form (zum Thema: .....)  
 Ja, aber in geänderte Form .....  
 Nein

**d) Ist die Kopplung an die Jahreskonferenz von Musikland Niedersachsen für Sie reizvoll?**

- Ja  Nein, weil .....

*Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung.*

## ANLAGE 2

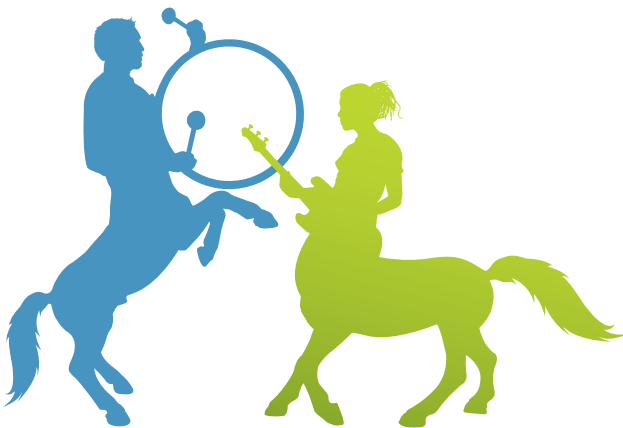
### Adressen der Kontaktstellen

Calenberg, Region		Calenberger Musikschule Am Castrum 10   30989 Gehrden schleinschock@calenberger-musikschule.de
Celle, Landkreis		Kreismusikschule Celle Kanonenstraße 4   29221 Celle info@kreismusikschule-celle.de
Cloppenburg, Landkreis	aktiv	Musikschule des Landkreises Cloppenburg Bült 6   49661 Cloppenburg info@kontaktstellemusik-clp.de www.kontaktstellemusik-clp.de
Cuxhaven, Landkreis	aktiv	Musikschule An der Oste e. V. Lamstedter Straße 1a   21745 Hemmoor info@musikschule-anderoste.de
Delmenhorst, Stadt		Musikschule der Stadt Delmenhorst Schulstraße 19   27747 Delmenhorst musikschule@delmenhorst.de
Diepholz, Landkreis		Kreismusikschule des Landkreises Diepholz Amtshof 3   28857 Syke stephan-rupert.steinkuehler@diepholz.de
Emsland / Grafschaft Bentheim, Landkreise	aktiv	Musikschule des Emslandes Kleiststraße 7   49716 Meppen info@musikschule-des-emslandes.de www.kontaktstellen-musik.de

Gifhorn, Landkreis	aktiv	Kreismusikschule Gifhorn Freiherr-v.-Stein-Straße 24   38518 Gifhorn kms@kreismusikschule-gifhorn.de www.kms-gifhorn.de
Goslar, Stadt	aktiv	Stadtmusikrat Goslar Kolpingweg 7   38642 Goslar angelikaklaasvb@t-online.de www.stadtmusikrat-goslar.de.vu
Hamelns-Pyrmont, Landkreis		Musikschule Bad Pyrmont Humboldtstraße 30   31812 Bad Pyrmont musikschule@pyrmont.de
Hannover, Stadt		Musikschule Hannover Maschstraße 22–24   30169 Hannover ulrich.beck@hannover.stadt.de
Harburg, Landkreis	aktiv	Kontaktstelle Musik im Landkreis Harburg e. V. Bürgermeister-Heitmann-Straße 34 21217 Seevetal info@kontaktstellemusik.de www.kontaktstellemusik.de
Helmstedt, Landkreis	aktiv	Kreismusikrat Helmstedt e.V. Elzweg 4   38350 Helmstedt info@kreismusikschule-helmstedt.de www.kreismusikrat-helmstedt.de
Hildesheim, Landkreis	aktiv	Singakademie Niedersachsen Buchholzmarkt 13   31167 Bockenem vorstand@singakademie-niedersachsen.de
Holzminden, Landkreis	aktiv	Musikschule Holzminden e. V. Moltkestraße 5   37603 Holzminden info@musikschule-holzminden.de

Isernhagen und Burgwedel, Gemeinden	aktiv	Musikschule Isernhagen & Burgwedel Hauptstraße 68   30916 Isernhagen info@musikschule-isernhagen-burgwedel.de
Laatzen, Stadt		Laatzener Musikkonvent
Leer, Landkreis		Kreismusikschule Leer Am Schlosspark   26789 Leer kreismusikschule@lkleer.de
Lüneburg, Landkreis	aktiv	Musikschule Lüneburg An der Münze 7   21335 Lüneburg nierenz@musikschule-lueneburg.de
Nienburg, Landkreis		Musikschule Nienburg/W. Leinstraße 48a   31582 Nienburg info@musikschule-nienburg.de
Osnabrücker Land, Landkreis		Kreismusikschule Osnabrück Am Schölerberg 5   49082 Osnabrück kreismusikschule@lkos.de
Osterholz, Landkreis		Kreismusikschule Osterholz e. V. Lindenstraße 55   27711 Osterholz-Scharmbeck info@musikschule-ohz.de
Südharz (Osterode), Landkreis		Kreismusikschule Osterode Herzberger Straße 5   37520 Osterode kreismusikschule@landkreis-osterode.de
Peine, Landkreis	aktiv	Kreismusikschule Peine Stederdorfer Straße 8/9   31224 Peine d.keding@landkreis.peine.de

Rotenburg / Wümme, Landkreis	aktiv	Kontaktstelle Musik im Landkreis Rotenburg Industriestraße 9 – 11   27367 Sottrum info@musik-row-brv.de www.kontaktstelle-musik-row-brv.de
Schaumburg / Hess. Oldendorf, Region	aktiv	Kreisjugendmusikschule Schaumburg Klosterstraße 21a   31737 Rinteln kontaktstellemusik@t-online.de
Soltau-Fallingbostal (Heidekreis), Landkreis	aktiv	Kreismusikrat im Landkreis Soltau-Fallingbostal e. V. Moorstraße 76   29664 Walsrode info@kreismusikrat-sfa.de www.kreismusikrat-sfa.de
Springe, Stadt	aktiv	Verein Kunst und Begegnung Hermannshof Röse 33   31832 Springe eckhart.liss@t-online.de
Stade, Landkreis	aktiv	MusikConTakte e. V. Kehdinger Mühren 1   21682 Stade info@musikkontakte.de www.musikkontakte.de
Wilhelmshaven, Stadt	aktiv	Musikschule Wilhelmshaven Zedeliusstraße 1   26384 Wilhelmshaven musikschule@stadt.wilhelmshaven.de
Wolfenbüttel, Landkreis	aktiv	Kreismusikschule Wolfenbüttel Harzstraße 2 – 5   38300 Wolfenbüttel musikschule@lkwf.de



## **MUSIKLAND** NIEDERSACHSEN

steht für eine moderne, vielfältige Musikkultur. Die Geschäftsstelle ist Koordinations- und Servicepunkt für Musikveranstalter in Niedersachsen.